图书情报工作
第62卷第17期 2018年9月
ChinaXiv合作期刊

大学生志愿者参与阅读推广服务的内在动机研究*

■ 张泸月[1] 骞超[2] 唐琼[1]
[1] 四川师范大学图书馆 成都 610068 [2] 西南政法大学图书馆 重庆 401120

摘要：［目的/意义］大学生志愿者参与阅读推广服务已成为扩展推广人力资源、提升推广活动绩效的重要途径。［方法/过程］通过探索性因子分析与验证性因子分析，研究大学生志愿者参与阅读推广服务的内在动机及其与参与服务行为、参与满意度之间的关联关系。［结果/结论］大学生志愿者参与阅读推广服务的动机包括"自我发展""质量控制""社会认同""社会遵从""社会交往"5个因素。5个动机因素对参与行为与满意度的作用各不相同。"质量控制""社会认同""社会遵从""社会交往"4个因素对志愿者参与阅读推广服务的行为起到正向积极影响，"自我发展""质量控制""社会认同"3个因素则与志愿者参与阅读服务的满意度形成了正向关联。

关键词：阅读推广 志愿者服务 服务动机 服务满意度 服务行为 关联关系
分类号：G252.1
DOI：10.13266/j.issn.0252－3116.2018.17.002

chinaXiv:202308.00585v1

1 引言

推进全民阅读推广，建构书香社会，是培育和弘扬社会主义核心价值观的重要组成，而社会力量的积极参与、群策群力则是全民阅读推广活动的坚实基础与重要保障。《全民阅读"十三五"时期发展规划》指出：鼓励和吸引社会力量建设全民阅读公共设施、提供全民阅读服务；鼓励和支持公务员、教师、新闻出版工作者、大学生等加入阅读推广人队伍，定期培训，提升阅读推广人队伍的整体素质和服务能力[1]。

毋庸置疑，志愿者将逐渐成为阅读推广队伍中不可或缺的组成部分。当前，许多推广组织已充分意识到志愿者参与阅读推广服务的重要性，并就搭建阅读志愿服务平台、招募和培训评价志愿者、研究志愿服务的运作模式等多方面开展着实践探索。尽管志愿者参与阅读推广服务已获取了较为显著的成就，但推广组织人员也不得不面对一个现实：相对于其他正式推广人员，阅读推广志愿工作更具有公益性、无偿性，在没有现实条件的约束下，志愿者参与阅读推广行为的持续性与深度都存在着问题，并在一定程度上影响到志愿者推广服务工作的优势发挥[2-3]。如何充分挖掘阅读推广志愿者的潜力，激发其参与推广的活力与效率，推动推广服务的深化发展，成为阅读推广领域亟待研究解决的重要问题。

2 文献综述

志愿服务起源于19世纪初西方的慈善服务，其后得到了快速发展和规范。在不断深入化与专业化的过程中，大量的研究成果从志愿服务概念与意义、功能与效果、服务行为与类型、志愿服务管理与机制等多个方面涌现出来，涉及到心理学、社会学、管理学等多学科领域。

具体从志愿者参与阅读活动的层面分析，国内外相关研究则可以归纳为以下3个方面：①志愿者参与阅读推广的成效分析。J. Fitzgerald研究了大学生志愿者在参与美国国家阅读活动中对一、二年级144个孩子的阅读辅导成效，指出阅读志愿者对儿童的阅读水平、单词阅读能力有较大的影响[4]。E. Jung等通过对社区志愿者开展的阅读辅导活动进行研究，发现：如果学生配合有经验的成人志愿者服务工作，那么女同学的阅读流畅度将比男同学提高很多，但其阅读态度与自信心方面的改善却并不显著[5]。②志愿者参与阅

* 本文系国家社会科学基金一般项目"基于用户满意度视角的阅读推广服务质量管理研究"（项目编号：16BTQ020）研究成果之一。
作者简介：张泸月（ORCID：0000－0002－0626－2971），副研究馆员，硕士，E-mail：girlzhangluyue@126.com；骞超（ORCID：0000－0002－5817－6004），馆员，本科；唐琼（ORCID：0000－0003－4027－7592），馆员，硕士。
收稿日期：2018－03－13 修回日期：2018－06－07 本文起止页码：12－19 本文责任编辑：易飞

读服务的方式。R. Jacob 等讨论了志愿者作为阅读伙伴向有阅读困难的学生开展阅读服务的成本及其价值[6]。E. T. Dawes 讨论了成人志愿者与儿童之间以朗读、写作、互动等的方式建立阅读伙伴关系的重要性[7]。王琳在介绍快乐小陶子的推广活动中指出：核心志愿者拥有强大的自主权，可以开展从设计到执行、从项目申请到寻找绘本资源、从联系活动场地到组织志愿者服务、从编写活动手册到发布活动信息等一系列工作[8]。③促进阅读志愿者深入服务的方法和策略。T. C. Al-Hazza 与 A. Gupta 提出：阅读是一个复杂的过程，许多阅读志愿者很少或根本没有教师教育的相关背景，因此，在阅读志愿者开展阅读辅导活动前，应给他们提供框架与工具，帮助志愿者实现专业的辅导[9]。梅华等指出应通过制定培训计划和讲义、评定优秀推广人等方式来实现培育志愿者阅读推广人的内容保障[10]。

回顾国内外的研究成果可以看出，针对志愿者参与阅读服务这一特殊服务类型，其研究多集中在对服务成效、社会情境、组织团体等社会学因素的探讨，较少有文献涉及阅读推广服务志愿者的动机、人格、移情等心理学因素，而内在动机因素的研究，更是直接关系到个体如何通过自己的思想、感觉，与外界环境开展任务选择、活动坚持、言语表示等的投入状态。它很大程度地影响着志愿者的参与行为，具有重要的研究意义。鉴于此，本文以大学生志愿者这一特定人群为研究对象，对其参与的内在动机进行深入的分析与探讨，研究其参与推广服务的影响因素及关键所在，揭示其参与动机与参与行为、参与满意度的关联关系，以期为高效建立与志愿者参与动机相匹配的激励策略，促使大学生志愿者科学、持续参与阅读推广服务提供有益参考。

3 研究设计

3.1 研究问题

正确理解不同志愿者参与阅读推广服务的动机差异，从而有的放矢地开展志愿者管理与激励工作，科学、合理、有效地调动起志愿者的积极性与行动力，将是改善志愿者活力度、参与度，降低志愿者流失率的重要实现途径。因此，本研究的问题包括以下两方面：①在大学生志愿者参与阅读推广服务的众多动机中，主要包括哪些内在动机因素？②大学生志愿者参与动机与其参与行为及参与满意度存在怎样的相关性？哪些动机因素能较好地干预参与行为与满意度？

3.2 测量变量

为了全面、正确地了解大学生志愿者参与阅读推广服务的内在动机，本研究对参与度不同、参与方式不同、不同专业、不同地理位置的 15 名参与阅读推广服务的大学生志愿者开展了深度访谈。其中“通过参与推广活动，能认识更多的朋友”“获取他人对自身阅读的支持”“增强阅读合作、交流、组织的能力”“通过志愿活动的成功开展，获取自身的成就感”等多动机因素在讨论中纷纷呈现出来。对访谈资料开展归纳、分析，总结提取出相关的内在动机测量指标，并参照 R. T. Fitch 三因素参与模型[11]、B. M. F. Law 等修订的志愿者功能量表[12]、R. A. Cnaan 等[13]的 28 因素回报动机量表以及 L. Prouteau 与 C. Wolfff 的关系类动机量表[14]等测量量表，对现有参与动机测量指标进行补充与修正，最终得到细化后的 22 个动机测量题项。

针对志愿者参与行为的测量变量，则分别通过对志愿参与的时长、参与的频率、参与的层次等 3 个维度进行体现。对参与的满意度则通过测量感知满意度、再次参与意愿与口碑宣传 3 个维度来体现。

3.3 问卷设计与预调查

为了研究不同性别、专业、年级、背景身份的大学生在参与阅读活动的水平上是否存在差异，问卷的第一部分就大学生志愿者的人口统计学变量进行了测量。

在问卷的第二、三部分中，采用李克特七级量表分别对志愿者参与的各项动机变量、参与行为变量与参与满意度变量进行赋值。

问卷初步设计完成后，邀请 30 位大学生阅读推广志愿者开展预调查，请他们就问卷的结构性与逻辑性、语言与措辞等方面提出意见，并根据反馈意见，进行问卷修改，生成正式问卷。

3.4 数据收集及研究方法

问卷采用线上与线下结合的方式收集数据。对四川省多所高校中从事过阅读服务的大学生志愿者进行问卷调查，共回收问卷 251 份，其中有效问卷为 238 份，问卷回收率为 94.8%。将回收的数据随机分为 A、B 两个部分：A 组数据（N = 131）通过 SPSS 19.0 软件开展对大学生志愿者参与动机的探索因子分析；B 组数据（N = 107）通过 AMOS 17.0 软件采用验证性因子分析法论证参与动机与参与行为、参与满意度之间的关联关系。

3.5 样本结构及可靠性检验

对 A、B 两组样本进行独立样本 t 检验，如表 1 所示。两组数据在性别、年级、专业、担任职务等变量上，

chinaXiv:202308.00585v1

ChinaXiv合作期刊

P 值均高于 0.05,两组数据在人口统计变量方面不存在显著差异。

表 1 样本特征

指标	A 组样本(N = 131)			B 组样本(N = 107)		
	属性	人数	比例(%)	属性	人数	比例(%)
性别	男	21	16.03	男	19	17.76
	女	110	83.97	女	88	82.24
年级	大一	12	9.16	大一	4	3.74
	大二	40	30.53	大二	57	53.27
	大三	75	57.25	大三	46	42.99
	大四	4	3.06	大四	0	0
专业	文史哲	23	17.56	文史哲	41	38.32
	理工	23	17.56	理工	39	36.45
	经管	42	32.06	经管	8	7.48
	教心	30	22.90	教心	18	16.82
	艺体	13	9.92	艺体	1	0.93
担任职务	班级干部	33	25.19	班级干部	21	19.63
	学生会干部	21	16.03	学生会干部	27	25.23
	社团干部	7	5.34	社团干部	25	23.36
	无职务	70	53.44	无职务	34	31.78

因调查问卷为自行拟定的项目,非标准化测量工具,需要对问卷开展信效度检验,从而保证研究的正确性与稳定性[15]。采用 Cronbach 系数开展信度分析,测得问卷内部一致性信度系数均大于 0.7 的最低可接受标准,从而问卷的可靠性得到检验。对问卷开展 KMO 和 Bartlett 球形检验,其 KMO 系数为 0.914,Bartlett 球形检验的 P 值等于 0.000,达到显著程度,表明被调查的变量具有共同因子存在,适合进行因子分析。因子分析结果表明,两份问卷特征根大于 1 的累积解释变异数均大于 60%,说明问卷具有较好的结构效度。

4 结果分析

4.1 动机维度的确定

为了有效分析出原有 22 项动机变量中隐藏的具有代表性的共性因子,研究采用探索性因子分析法,对动机测量变量的数据开展分析,得到旋转后的总解释方差(见表 2)。从表 2 可知,总共存在 5 个公因子,这 5 个因子可以说明原来 22 个观测变量 77.9% 的变异,表明此 5 个公因子对原有的 22 项动机变量具有显著代表性。

表 2 解释的总方差

变量序号	初始特征值			提取平方和载入			旋转平方和载入		
	合计	方差的%	累积%	合计	方差的%	累积%	合计	方差的%	累积%
1	12.492	56.783	56.783	12.492	56.783	56.783	4.508	20.491	20.491
2	1.718	7.809	64.593	1.718	7.809	64.593	3.823	17.375	37.866
3	1.169	5.315	69.908	1.169	5.315	69.908	3.548	16.128	53.994
4	.979	4.450	74.358	.979	4.450	74.358	3.049	13.858	67.852
5	.796	3.616	77.975	.796	3.616	77.975	2.227	10.123	77.975
6	.696	3.163	81.138						
7	.588	2.672	83.810						
8	.495	2.251	86.061						
9	.441	2.003	88.064						
10	.373	1.694	89.758						
11	.316	1.434	91.192						
12	.283	1.285	92.477						
13	.264	1.201	93.678						
14	.244	1.108	94.786						
15	.218	.992	95.778						
16	.200	.909	96.687						
17	.169	.766	97.452						
18	.158	.718	98.170						
19	.126	.574	98.744						
20	.109	.497	99.242						
21	.096	.435	99.676						
22	.071	.324	100.000						

chinaXiv:202308.00585v1

张泸月，蹇超，唐琼. 大学生志愿者参与阅读推广服务的内在动机研究[J]. 图书情报工作,2018,62(17):12 – 19.

为了清晰地了解每个主因子的意义,以便对实际问题进行分析,进行了因子旋转,通过适当的旋转得到比较满意、更具解释性的因子变量。从表 3 中可知,22 个测量变量中,1 到 5 变量为最佳的子集合,根据其测量变量包含意义“获取阅读信息”“发展合作、组织能力”“扩展视野”“为找工作做准备”“证实自身价值”,可以将此子集合的因子命名解释为“自我发展”。同理将“对推广团队做贡献”“对阅读服务提出建议”“对阅读服务开展评价”“提升推广服务的质量”“强调服务的目标”子集合命名为“质量控制”;将“受好友、同伴的行为激励”“受父母、亲友的影响”子集命名为“社会遵从”;将“增强自信、自尊”“获取成就感”“获取阅读情感支持”子集命名为“社会认同”;将“寻求快乐”“追求时尚”“对活动感觉好奇”“寻找阅读同伴”“帮助他人阅读”“增强知名度”“分享阅读情感”子集合命名为“社会交往”。

chinaXiv:202308.00585v1

表 3　旋转成分矩阵(略去系数小于 0.5 的值)

变量序号	社会交往	质量控制	自我发展	社会认同	社会遵从
1			.800		
2			.724		
3			.693		
4			.572		
5			.670		
7					.706
9					.524
6	.706				
8	.506				
10	.666				
11	.537				
12	.808				
13	.852				
14	.655				
16				.693	
17				.668	
18				.706	
15		.606			
19		.729			
20		.767			
21		.721			
22		.575			

注:提取方法:主成分;旋转方法:具有 Kaiser 标准化的正交旋转法

从“自我发展”“质量控制”2 个公因子可以看出:在参与阅读志愿者活动时,大学生志愿者注重自我感觉,参与志愿活动体现出他们个人化的生活愿景及责任感诉求。另一方面,“社会认同”“社会遵从”“社会交往”3 个公因子体现出大学生志愿者参与阅读推广服务时心理状态受社会关系与社会群体的共同影响。

对比其他人群的阅读推广志愿者,大学生志愿者有着明显的“自我发展”动机,这说明:大学生志愿者由于涉世未深,知识技能欠缺、社会经验不足等原因,更注重自我成长的需求,将参与阅读推广志愿活动作为自我发展的新途径,希望在活动中,储备知识、提升能力、扩展视野、获取荣誉。而对比参与其他志愿活动,大字生志愿者在参与阅读推广服务时,有着较为强烈的“质量控制”动机,这表明:大学生志愿者对阅读推广服务的期望与当前阅读推广活动提供的服务存在差距,这驱使大学生志愿者引发内心的责任感,将提升阅读推广服务质量作为自己行为的准则,投入志愿活动,是一种美好的道德行为,更是回馈社会的和谐体现。

4.2　参与动机与行为、满意度的关联分析

个体行为受个体动机驱动,是动机的外在表现,动机决定了行为的形式、方向、强度和持续时间[16]。同时,动机也是行为满意度的组成维度,它对活动具有激活功能,满足和实现了个体的欲望与需求[17]。为了明确阅读推广活动中大学生志愿者各动机因素对其参与行为及满意度的影响状况,研究将参与各动机因素与自愿者参与行为与满意度建立结构方程模型,假设动机因素(自变量)与行为(因变量)、满意度(因变量)的模型,如图 1 所示:

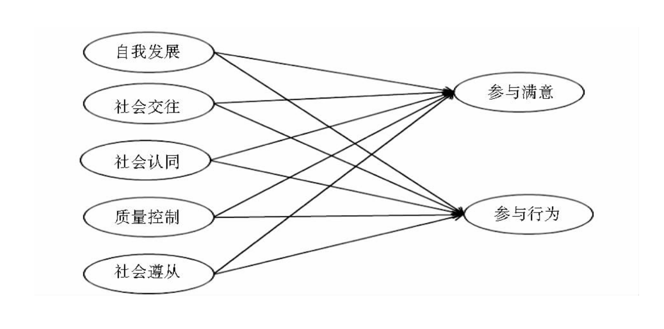


图 1　假设理论模型

为了对研究假设进行检验,采用极大似然估计法(maximum likehood)对模型进行运算。得出设定模型的拟合指数及各路径系数。

初始模型运算各项拟合指数尚可,但在模型参数的显著性检验中,各路径系数的 P 值都较大,不存在统计学意义上的显著状况。因此,根据修正指标考虑通过重新估计模型及修正指数开展模型修正。模型修正后,利用绝对拟合指数、相对拟合指数和信息指数对模型与数据的适配程度进行度量。其拟合指数如表 4 所示:

ChinaXiv合作期刊

表 4　拟合指数计算结果

卡方自由度比	GFI	NFI	IFI	RMSEA	AIC	BCC
2.6	.966	.975	.982	.015	61.811	65.730

通过表 4 可以看出，卡方自由度比为 2.6，小于标准值 3，卡方检验通过，相对拟合指数 RMSEA 小于 0.05；其 GFI、NFI、IFI 等相对拟合指数均大于 0.9；信息指数模型拟合 AIC、BCC 也尚可，因此，可以认定修正后的理论模型与数据的适配程度较好。

根据修正指标，模型修正后，其参与动机因素与参与行为、参与满意度的路径系数如表 5 所示：

表 5　最优模型各路径系数估计

路径关系	未标准化路径系数估计	误差	临界比率	P 值	检验结果	标准化路径系数估计
参与满意←自我发展	.280	.057	4.931	***	通过	.240
参与满意←社会认同	.186	.065	2.841	.004	通过	.232
参与满意←质量控制	.229	.066	3.485	***	通过	.284
参与行为←社会交往	.287	.057	5.043	***	通过	.409
参与行为←质量控制	.283	.071	3.978	***	通过	.286
参与行为←社会遵从	.578	.071	8.103	***	通过	.583
参与行为←社会认同	.233	.066	3.555	***	通过	.289

注：***P < 0.001

由表 5 中可知：大学生志愿者参与动机的 5 个因素中，“质量控制”“社会交往”“社会遵从”“社会认同”4 个因素对志愿者参与的行为产生了显著影响；“自我发展”“社会认同”“质量控制”此 3 个因素对志愿者参与的满意度产生了显著影响。根据所得路径关系及系数，修正理论模型如图 2 所示：

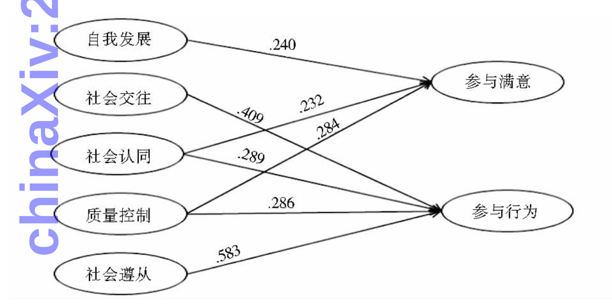


图 2　修正后理论模型

从图 2 可以看出：“社会遵从”对参与行为的正向影响系数最大，这体现出具有紧密社会关系的人员间，其频繁地参与信息反馈，对彼此参与行为起到了激励作用，在增进参与信心的同时，强化了参与的行为；但由于不同人个体特征的差异，其所感知的满意体验程度会不尽相同，因此，“社会遵从”这一因素未能对志愿服务的满意程度造成显著影响。“质量控制”因素对志愿者的参与行为与参与满意度都起到了较好的影响作用，这充分体现出志愿者在参与推广服务的过程中，因为其本身的阅读经历，更能切实感受到推广活动的不足之处，从而产生参与服务、提升阅读质量的社会责任感。在具体的服务过程中，因个人参与具有切实的意图、计划与目标，因此能一定程度上改善推广过程中的缺陷，提升推广的社会效益，使推广流程更具科学性与合理性，从而使个人更容易获取服务的成就感，促进了参与满意度的提升。“社会交往”因素对参与行为产生了较大的影响作用，这表明，通过人际间的交互联系，使志愿者相互间建立起更多服务关注点，在不断地互动式思考与探讨中，增强参与意识，深化参与动力，推进了参与行为的深度与广度，但可能由于“社会交往”因素受服务过程中人际交互的深度、频率、内容等影响，个体的满意度感知程度尚未能达到显著的状态，因此，“社会交往”因素并未能对服务满意度产生显著影响。由于外在的激励机制与主流价值观的共同影响，志愿者在从事推广过程中更能得到社会赞赏，这种赞赏与认可使志愿者更积极参与推广服务活动，促进了行为的持续程度，并更容易获取心理的满足，因此“社会认同”因素对参与行为与参与满意度均造成了显著影响。“自我发展”因素促进了志愿者在参与的过程中相关的知识、行为的提升，因此，该因素对参与满意度造成了一定的影响，但有可能在推广志愿活动中，知识行为的提升较为缓慢，因此，该因素也没能对其参与行为形成显著影响。

5　结论与启示

5.1　结论

大学生志愿者参与阅读推广服务的动机表现出复杂性与多重性，其动机包括：“自我发展”“质量控制”

chinaXiv:201808.00585v1

张泸月，蹇超，唐琼. 大学生志愿者参与阅读推广服务的内在动机研究[J]. 图书情报工作,2018,62(17):12－19.

两个内隐性的个体因素，也同时包括“社会认同”“社会遵从”“社会交往”此3个社会影响因素。在此5个因素中，“质量控制”“社会认同”“社会遵从”“社会交往”4个因素对志愿者参与阅读推广服务的行为发生了正向积极影响，促进了志愿者参与推广服务的次数、深度与频率；“自我发展”“质量控制”“社会认同”3个因素则对志愿者参与阅读服务的参与满意度形成了正向关联。

5.2 启示

大学生志愿者参与阅读推广服务动机模型的构建，揭示出大学生志愿者多个内在、隐蔽的参与需求对参与行为与参与满意度的关联路径与影响程度，丰富和延伸了动机理论。另一方面，模型的构建有利于推广人员从心理层面正确理解大学生志愿者参与服务过程时的价值认知与情感体验，从而根据自身推广服务的目标与特点，制定恰当的、有针对性的决策，引导、激发志愿者不同层面的内在动机，增强志愿者在推广过程中的成功体验，规范其参与行为，在满足志愿者参与动机的同时，优化志愿服务质量，推动大学生参与阅读推广志愿服务活动，实现长期、健康、可持续的发展。

根据研究所得结论，可以通过以下策略增强大学生志愿者参与阅读推广服务的动机，规范与激励志愿者的服务行为：

（1）确定志愿者自身优势，做好服务对接。加强志愿者个体信息的获取与管理，根据志愿者在“自我发展”“质量控制”“社会认同”方面差异化的动机，科学、灵活地设置与之相匹配的推广志愿服务任务，尽可能使志愿者在服务活动中，学习、记忆、解决问题、语言技能、抽象思维等多元认知能力得到极大发展[18]，最大化满足个体参与服务活动的内在动机，体验到推广志愿服务的成就感与满足感，从而与推广组织形成相互促进的良性互动，实现了志愿者个体与推广服务的双赢局面。

（2）科学反馈服务状态，提升参与动机。“质量控制”与“社会认同”动机因素对志愿者的参与满意度与参与行为产生了较大的影响，因此，在志愿者参与阅读推广服务的过程中，应对其服务的过程开展详细记录与服务情况反馈。反馈应包括：对志愿者积极参与行为表达关心与支持；询问参与的进展情况；承认其服务的重要贡献；对下一步参与行为的意见等等。通过了解自身服务情况的反馈，一方面，使志愿者通过反馈意见，了解到自身对推广服务造成的积极影响，使其心理具备积极、肯定的服务情感，引发与增强志愿者参与推广服务的内驱力；另一方面，志愿者从客观的评价与反馈中了解决到外界对自身服务的认同，从而产生力量感，使志愿服务信念得到升华，增强服务的使命感，激发志愿参与动机，最终使志愿者获取高度的满意与情感忠诚，激励、驱使其未来的参与行为与状态，真正实现志愿服务的长效性与稳定性。

（3）构建大学生志愿者的团队，实现相互正向影响。“社会交往”与“社会遵从”都将影响志愿者的参与行为，因此，积极开展志愿者团队合作，促进志愿者在服务活动的紧密往来中，相互依赖、相互支持，相互影响，正向激励其服务态度与行为。团队合作中，推广组织首先应注重对志愿者团队的文化建设，倡导志愿者团队成员具备共同服务理念、规范和价值观，形成共同的服务目标和理想[20]。在具有强大的团队凝聚力和向心力的基础上，使志愿者感受到团队归属感，能将自己的行为看成团队的一个组成部分，使个人自觉遵循团体信念，受团体目标的约束，积极地维持和扩展参与行为，步调一致地参与推广服务。推广组织还应提供协同服务的平台，鼓励志愿者开展合作服务，在共同服务中，相互学习、相互探讨，收获彼此的支持与帮助，满足“社会交往”动机，通过团队激励的方式构建起志愿者的认同感与成就感，从而促进其自觉的践行推广服务。其次，推广人员在组织志愿团队开展服务时，还应强化服务团体中意见领袖的作用。分析志愿者群体中的交流模式，挖掘其相互间的人际关系，识别出团体中具有重要影响、让人信服的意见领袖[21]。利用“社会遵从”的动机心理，将其志愿服务理念、态度、行为、成就作为参照并开展大力宣传，使他人遵从意见领袖的想法，模仿其行为方式，从而对志愿参与服务产生积极的认知与行为倾向。

（4）完善大学生志愿者的培训制度，推动志愿者在阅读推广服务中实现全面发展。推广组织可以对志愿者开展专业的志愿服务培训，帮助志愿者掌握服务的技巧，更新服务的意识，使志愿者获取更广泛的知识与技能，从而不断提升自身的素质与能力，实现自我完善与发展，增强其“自我发展”的动机，从而促进其更好地履行志愿者的职责与使命。志愿者的培训工作既可以是专业的教师或机构讲解、示范阅读推广服务的宣传、组织、设计、评估、反思等整个流程的理论学习方

chinaXiv:202308.00085v1

ChinaXiv合作期刊

式,也可以是在具体的推广实践活动中,观摩推广人员的服务态度与方式,交流分享推广过程中存在的问题的实践培训方式。大学生志愿者在通过专业化的培训后,能深刻理解推广工作的服务理念与工作规范,从而以科学、合理的服务策略去参与阅读推广活动。

5.3 局限与展望

大学生志愿者参与推广活动的成效在一定程度上影响着推广活动的高效性与持续性,通过其内在心理动机及其相关关系的研究,寻求适合的策略机制满足志愿者的参与动机,能促进志愿服务理念与行为积极改善,激励志愿者更自主地认同志愿服务精神,固化服务信念,发挥志愿服务价值,推动阅读推广服务事业的和谐、平稳、持续发展。

但本研究仍存在一定的局限,首先,志愿者的服务动机不仅具有复杂性,同时还具有变化性。在不同的阶段,个体的服务动机都可能发生变化,因此,实时分析大学生志愿者的服务动机,进而有的放矢地推动志愿者开展服务还需开展长时间的跟踪研究。其次,问卷调查的样本相对较少,所收集的数据存在一定的局限性,还待以后更广泛的调查和分析,为促进大学生志愿者深入参与阅读推广服务提供具体参考。最后,动机作为一种认知,是可以由内在个体因素及外部因素共同影响,文章仅探讨了大学生参与志愿服务的内在心理因素,对影响其动机的外在社会因素如:推广方案策划、内容设计、组织安排、激励机制等尚未涉及,在下一步的研究中,可以将其作为一个整体的理论框架,开展深入探讨。

chinaXiv:202308.00585v1

参考文献:

[1] 全民阅读“十三五”时期发展规划发布[EB/OL].[2017-04-08]. http://www.lib-read.org/newsshow.jsp?id=2181.

[2] 丁振伟.论全民阅读志愿者队伍及其支撑作用[J]. 图书情报工作,2015,59(5):16-19.

[3] 龙叶,刘彦庆. 民间促读机构促进全民阅读策略研究[J]. 图书馆建设,2011(5):93-96.

[4] FITZGERALD J. Can minimally trained college student volunteers help young at-risk children to read better[J]. Reading research quarterly, 2001, 36(1):28-46.

[5] JUNG E, MOLFESE V J, LARSON A E. More than good intentioned help: volunteer tutoring and elementary readers[J]. Mentoring & Tutoring: partnership in learning,2011,19(3):277-299.

[6] JACOB R, ARMSTRING C, BOWDEN A B, et al. Leveraging volunteers: an experimental evaluation of a tutoring program for struggling readers[J]. Journal of research on educational effectiveness,2016,9(S1):67-92.

[7] DAWES E T. Constructing reading: building conceptions of literacy in a volunteer read-aloud program[J]. Language arts, 2007, 85(1):10-19.

[8] 王琳.快乐小陶子——儿童阅读推广民间模式的实践与思考[J]. 图书馆建设,2015(4):58-60,74.

[9] AL-HAZZA T C, GUPTA A. Reading tutor checklist: a guide for supplemental reading support for volunteer tutors[J]. Preventing school failure: alternative education for children and youth, 2006, 50(4):15-22.

[10] 梅华,杨晓湘,肖爱斌. 高校图书馆培育大学生志愿者阅读推广人的思考[J]. 图书情报研究,2016(2):44-47.

[11] FITCH R T. Characteristics and motivations of college students volunteering for community service[J]. Journal of college student personnel,1987,28(5):424-431.

[12] LAW B M F, SHEK D T L, MA C M S. Exploration of the factorial structure of the revised personal functions of the volunteerism scale for Chinese adolescents[J]. Social indicators research, 2010, 100(3):517-537.

[13] CNAAN R A, GOLDBERG-GLEN R S. Measuring motivation to volunteer in human services [J]. Journal of applied behavioral science,1991,27(3):269-284.

[14] PROUTEAU L, WOLFF F C. On the relational motive for volunteer work[J]. Journal of economic psychology, 2008, 29(3):314-335.

[15] 耿爱生,刘海英,同春芬. 社会调查方法[M]. 北京:知识产权出版社,2014.

[16] PINDER C C. Work motivation in organizational behavior[M]. Bergen County: Prentice-Hall,1998.

[17] 范逢春. 管理心理学[M]. 北京:中国人民大学出版社,2014.

[18] 安德森. 认知心理学[M]. 泰裕林,译. 北京:人民邮电出版社,2012.

[19] 王丽丽,吕巍,黄静,等. 服务不满意情境下的消费者反应类型测评及高阶因子分析[J]. 南开管理评论,2009,12(4):19-25,43.

[20] 江雯雯. 志愿服务在社会主义核心价值观建构中的作用探析[D]. 合肥:合肥工业大学,2013.

[21] FREEMAN L C. Centrality in social networks: conceptual clarification[J]. Social networks, 1979(1):215-239.

作者贡献说明:

张泸月:负责论文结构设计、数据收集与处理、论文撰写;
蹇超:负责论文数据收集及论文研究设计撰写;
唐琼:负责论文综述撰写及文章润色。

ChinaXiv合作期刊

张泸月，蹇超，唐琼. 大学生志愿者参与阅读推广服务的内在动机研究[J]. 图书情报工作,2018,62(17):12－19.

The Motivation Analysis and Correlation Study on College Student Volunteers Participating in Reading Promotion Service

Zhang Luyue[1]　Jian Chao[2]　Tang Qiong[1]

[1] Library, Sichuan Normal University, Chengdu 610068

[2] Library, Southwest University of Political Science & Law, Chongqing 401120

Abstract: [**Purpose/significance**] The participation of college student volunteers in reading promotion service has become an important way to expand the organization's human resources and promote the impact of promotion. [**Method/process**] Through exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis, this study analyzed the motivation of college student volunteers to participate in reading promotion services and their relationship with participation in service behaviors and participation satisfaction. [**Result/conclusion**] The research showed that the motivation of college students volunteer to participate in reading promotion service included "self-development", "quality control", "social identity", "social compliance" and "social interaction" five factors. The four factors of "quality control", "social identity", "social compliance" and "social interaction" positively affected the participation of volunteers. "Self-development", "quality control" and "social identity" the three factors formed a positive correlation with volunteer participation in reading service satisfaction.

Keywords: reading promotion　volunteer service　service motivation　service satisfaction　service behavior　connection relation

chinaXiv:202308.00585v1

《知识管理论坛》征稿启事

《知识管理论坛》(ISSN 2095－5472,CN11－6036/C)获批国家新闻出版广电总局网络出版物正式资质,2016年全新改版,2017年入选国际著名的开放获取期刊名录(DOAJ)。本刊关注知识的生产、创造、组织、整合、挖掘、分享、分析、利用、创新等方面的研究成果。任何有关政府、企业、大学、图书馆以及其他各类实体组织和虚拟组织的知识管理问题,包括理论、方法、工具、技术、应用、政策、方案、最佳实践等,都在本刊的报道范畴之内。本刊实行按篇出版,稿件一经录用即进入快速出版流程,并实现立即完全的开放获取。

2018年各期内容侧重于:互联网＋知识管理、大数据与知识组织、实践社区与知识运营、内容管理与知识共享、知识创造与开放创新、数据挖掘与知识发现。现面向国内外学界业界征稿:

1. 稿件的主题应与知识相关,探讨有关知识管理、知识服务、知识创新等相关问题。文章可侧重于理论,也可侧重于应用、技术、方法、模型、最佳实践等。

2. 文章须言之有物,理论联系实际,研究目的明确,研究方法得当,有自己的学术见解,对理论或实践具有参考、借鉴或指导作用。

3. 所有来稿均须经过论文的相似度检测,提交同行专家评议,并经过编辑部的初审、复审和终审。

4. 文章篇幅不限,但一般以4 000－20 000字为宜。

5. 来稿将在1个月内告知录用与否。

6. 稿件主要通过网络发表,如我刊的网站(www.kmf.ac.cn)和我刊授权的数据库。同时,实行开放获取、按篇出版和按需印刷。

请登录www.lis.ac.cn投稿,注明"知识管理论坛投稿"。

联系电话:010－82626611－6638　　联系人:刘远颖